

2020年における

生活者の食生活と環境行動

山下 満智子 Writen by Machiko Yamashita

はじめに

ガソリンをはじめ身近な食品など暮らしに直結する値上げが相次いでいる。また地球温暖化が原因ではないかとされる災害も世界中で多発するようになった。地球温暖化、エネルギーや資源の枯渇、そして食料や水問題が急速に現実味を帯びてきた。これからどうなっていくのだろうかという漠然とした不安を生活レベルで感じるが多くなった。

第四回生活意識調査では、二〇二〇年の食生活関連の具体的な環境行動について、「今はしていないが、二〇二〇年にはしたい」という、全般的に高い環境行動への意向が汲み取

れた。「生活者のニーズとして存在する」あるべき姿像」の実現のために、今、取り組むべき課題について検討したい。

食生活関連の生活意識調査の結果

二〇二〇年の食生活の意向

食の安全・安心が脅かされる事件や事故が相次ぎ、食の安全・安心に敏感にならざるを得ない状況が続いている。そして、食品選択の際の頼みの綱とされる食品表示で、消費者の安全・安心志向を逆手に取ったような産地

偽装も続く。

二〇二〇年の食生活について、栄養バランスや伝統的な食文化、食の安全・安心、環境にやさしい食生活の四つについて聞いた設問（次ページの図1）では、二〇二〇年において現在より食の安全・安心を重視した食生活について、そう思う二六・八％、どちらかというところ思う四四・九％、合計七一・七％と高い意向があった。現在より環境にやさしい食生活を実施しているかについては、そう思う一八・八％、どちらかといえばそう思う四四・〇％、合計六二・八％。現在より栄養バランスのよい食生活を実践している五二・六％、現在より伝統的な食文化を大切にしている三五・三％に比べて、二〇二〇年の食生活で食の安全・安心や環境にやさしいことを重視したいとい

う結果であった。特に二〇代、三〇代の女性で、その意向が強い。

食生活上の環境行動

二酸化炭素排出量削減につながる環境にやさしいといわれる食生活上の行動について、現在と二〇二〇年までに実践したいものを聞

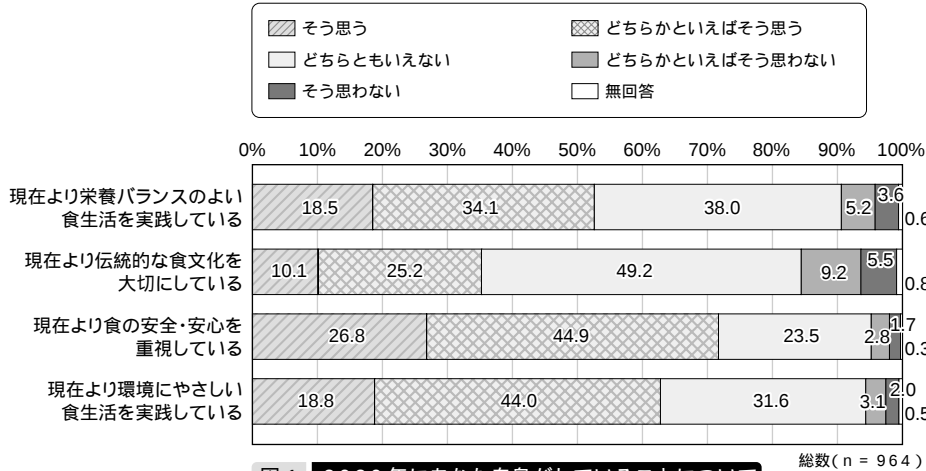


図1 2020年にあなた自身がしていることについて

いた設問(図2)では、現在実践していることでは、ゴミを分別しリサイクルに協力する七九・五%、飲み物や食べ物を残さない六六・八%が高い。次いで、不要な包装は断る四九・二%、買い物には買い物袋を持参する四六・三%、食料などは買い物しすぎない四六・一%など半数近くの人が既実践していると回答した。

現在はいしていないが、二〇二〇年までに実践したいものでは、省エネ型冷蔵庫に買い替える三五・八%、買い物には買い物袋を持参する三〇・六%、省エネ型給湯器に買い替える二四・四%、過剰包装の商品は買わない二四・四%、エコマークの付いた商品を選ぶ二二・二%、生ゴミの大部分は自宅で処理をする二一・六%などであった。

上位に挙げられた回答は、今後の買い替えにおいて環境にやさしい機器を選択する、過剰包装でない、エコ商品であることなど環境を商品選択の基準にするという購買行動についての回答であった。耐久消費財である冷蔵庫や給湯器については、省エネ型冷蔵庫で現在の三・七倍、省エネ型給湯器では現在の五・七倍の買い替え意向があり、次の買い替え時に省エネ型へと買い替えようという意向は、非常に強いといえる。メーカーによる機器開発や省エネルギーセンターによるトップランナー方式など省エネ機器開発、宣伝の成果といえる。省エネに貢献したい、地球環境にやさしくしたいと考えても何をしたらよいかわからないという方が多いだけに、買い替える

だけ、使うだけで省エネ効果が得られるというの大きな魅力であり、大いに期待されている。耐久消費財においては、さらなる省エネ機器の開発やラインナップの充実が、やはり緊急の課題であり、メーカーにとってはシェア拡大のチャンスであるといえる。それだけに省エネ評価には、中立機関による生活レベルでの評価が必要とされているともいえるだろう。

買い替え以外にも、二〇二〇年までに購買行動を通じて環境にやさしい食生活を実現したいという強い意向がある。過剰包装の商品を買わないは、現在実践している一九・〇%、二〇二〇年までに実践したい二四・四%の合計四二・四%、エコマークの付いた商品を選ぶは、現在実践している一四・五%、二〇二〇年までに実践したい二二・二%の合計三七・七%など高くなっている。流通や小売店などは先進的な環境基準を作り、消費者の意向を先取りして店頭で置く商品、仕入れ・販売方法などすべての面で見直すことが必要なのではないだろうか。

一方、レジ袋削減については、富山県のように自治体や地域全体でレジ袋有料化に取り組み、レジ袋を大幅に削減した成功事例や杉並区の「すぎなみ環境目的税」いわゆる「レジ袋税」の取り組みが報告されるようになった。本調査でも、不要な包装は断るは、現在既実践している四九・二%、二〇二〇年までに実践したい一九・七%で合計六八・九%、買い物には買い物袋を持参するは、現在既

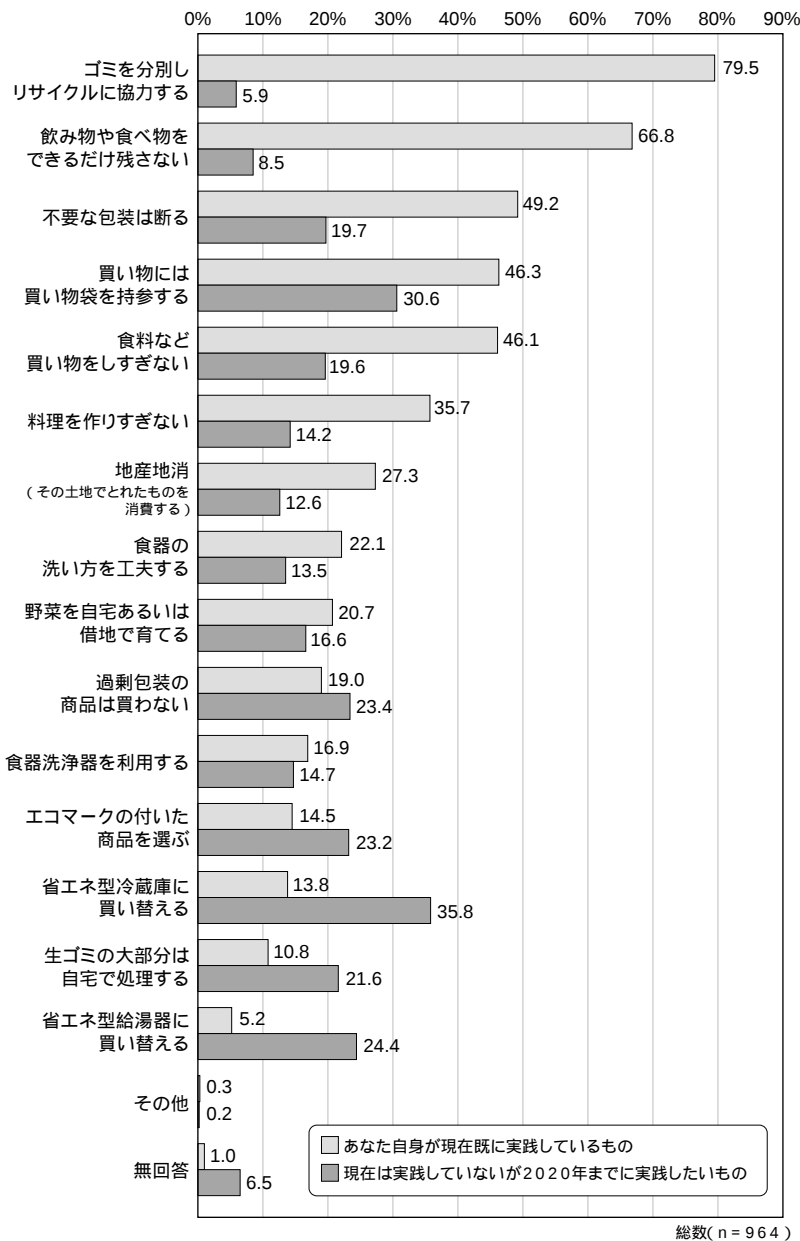


図2 環境にやさしいと言われている食生活について

実践している四六・三%と、二〇二〇年までに実践したい三〇・六%、合計が七六・九%と高く、「不要な包装は断り、買い物には買い物袋を持参する」という消費者の具体的な環境行動に強い意向が見られた。レジ袋有料化による顧客離れを懸念する声も根強いが、消費者側にレジ袋有料化を受け入れる素地が十分整ってきているといえる。レジ袋の有料化が、レジ袋や不要な包装を劇的に削減することは、先進事例によって明らかであり、行政による指導や条例なども住民に期待されていると考えられる。消費者

の地球温暖化防止のための強い意向を具体的な環境行動とするためには、その強い意向を汲んだスーパーやデパート、コンビニエンスストアなど、より広範な流通によるレジ袋有料化の取り組みが不可欠である。

生ゴミの大部分は自宅で処理するは、現在実践しているのは一〇・八%であるが、二〇二〇年までに実践したい二一・六%、合計三二・四%と高い意向がある。マンションや高気密の住宅でも利用できる電気式コンポストは使い方が簡便で、においもれも少なく、梅

雨から夏場にかけての台所の悩みを解決し、家庭ゴミの重量を大幅に削減する。しかし、まだ機器は六万円程度と高価である。市町村レベルではつつきがある補助金が引き上げられるか、機器価格の引き下げがあれば、おりからのガーデニングブームもあり、一気に需要が高まることが予想される。

価格と環境

価格面で普及品より二割以上高くても、地球環境に配慮した製品・食料品・日用品を取り入れるかでは、現在そう思う一九・九%に対して、そう思わない二四・六%と、そう思わない方が高い。しかし二〇二〇年まででは、二割以上高くても、地球環境に配慮した製品・食料品・日用品を取り入れるが三一・七%と一〇ポイント以上増加し、そう思わない二二・九%と逆転する。

この逆転は、これからの「あるべき姿」としては、地球環境に配慮した製品・食料品・日用品を価格が少々高くても取り入れたい、取り入れなければならぬという生活者の覚悟が表されたものと思われる。

価格が普及品より二割以上高くても、環境に配慮した製品・

食料品・日用品を取り入れるは、現代では、五〇代女性二九・〇%、六〇代女性三八・二%と高い。二〇二〇年までの意向でも、男性に比べて女性全般で強い意向が見られる。二〇代の男性は、現在は、そう思う四・五%と他世代男性に比べても極端に低い。二〇二〇年の意向では三一・八%と、他世代の男性以上に強い意向が汲み取れる。

利便性・快適性を求めるよりも、地球環境に配慮した生活を営むでも、現在そう思うは二六・〇%だが、二〇二〇年までは、そう思うが一五ポイント増加し四一・五%となり、そう思わない一四・〇%は、二〇二〇年までは、七・六%と半減する。ここでも「あるべき姿」として、利便性・快適性よりも地球環境に配慮した生活をしなければならぬだろうという生活者の覚悟が読み取れた。

食費

二〇二〇年の食費を現在より減らしたいかでは、そう思う二六・〇%、どちらかといえばそう思う二八・七%で合計五四・七%、そう思わない七・四%、どちらかというと思う思わない八・〇%で合計一五・四%と、食費を減らしたいという意向は強く、特に四〇代、五〇代の女性で減らしたいが六五・四%、六五・六%と高い。その理由は、現在の食費が高いと思うからが五一・七%、二〇代男女で、男性は七五・〇%、女性は六六・七%と高く、六〇代女性も六一・五%と高い。収入が減るからで

は、定年を迎える五〇代、六〇代男性で六九・六%、七六・七%と高く、同女性も六一・八%、六三・九%と高い。家族が減るからは、四〇代男性は四四・二%、五〇代男性は四一・一%、四〇代女性は五七・五%、五〇代女性は五九・三%と四〇代、五〇代男女で高い。趣味にお金をかけたいからは、二〇代女性の二八・六%、六〇代男性の二六・〇%、二〇代男性の二五・〇%の順に高い。子どもの教育にまわしたいからは、三〇代男性の五一・四%、女性の三六・五%と高い。住居費（ローンを含む）にまわしたいからも、同じく三〇代男性の三三・三%、女性の二五・四%と高い。三〇代男性の肩に、教育費やローンがずっしりと重い様子が汲み取れる結果となった。

調理時間

一九七〇年代以降、調理時間は短縮化し、二〇〇五年の第二回生活意識調査では、女性の調理時間の全体としての短縮化と調理時間延長の二極化傾向が見られた。男性の調理参加と頻度の増加により、男女による調理時間の差が少なくなる傾向も見られ、主流としての調理時間は、男女年齢を問わず三〇分から四〇分であった。

二〇二〇年の調理時間を増やしたいと思うかについては、そう思う二二・一%、どちらかというと思う二七・七%、合計四九・八%、そう思わない二二・二%、どちらかというと思う思わない一四・七%、合計二六・九%であ

った。二〇代女性の八三・七%、二〇代男性の五九・一%、三〇代女性の五二・五%の順で、そう思うが高い。五〇代、六〇代女性の三八・二%、六〇代男性の三一・六%の順で、そう思わないが高い。

増やしたいと思う理由は、家で作った方が安上がりだから四七・六%、家で作った方が美味しいから三八・二%、健康のため三三・六%、家で作った方が栄養バランスがよいからが三二・八%であった。四〇代男性では、家で作った方が楽しいという回答が四五・〇%と高い。時間があるからという回答は、五〇代、六〇代男性で五四・〇%、五二・七%と高い。四〇代男性も二七・五%と、二〇代男性の七・七%、三〇代の八・七%に比べて高い。

二〇二〇年の調理時間を増やしたくない理由では、作ってくれる人がいるからが、男性六〇代は七八・六%、五〇代は六八・八%、四〇代は六〇・〇%、三〇代は七〇・〇%と高い。時間が無いも、四〇代男性の六五・〇%、三〇代女性の五二・六%、三〇代男性の五〇・〇%と高い。

食料問題

身近な食品の値上げが毎日のニュースとなっている。本調査は、平成二〇年の一月から二月に実施しており、世界的な食料の逼迫が日本で現在（二〇〇八年七月末）ほど話題にされていたわけではない。調査時点では、食料問題は少し先のこととして捉えられていた

と思われるが、二〇二〇年の暮らしで何が心配かを尋ねた中で、食料の確保困難化や価格高騰について、心配である二九・七％、どちらかといえば心配である三七・六％、合計六七・三％が心配と回答した。食料の確保や価格高騰は、エネルギー価格の高騰八一・四％、家族の病気や高齢化による介護など八一・二％、自分自身の肉体的な健康七九・八％について心配されていた。食料問題については、次回調査で詳細を問いたいと思う。

二〇世紀の食生活の変化

この一世紀における日本の食生活の変化を考える上で大きな役割を担ってきたのは、専業主婦だろう。専業主婦は、一九〇〇（明治三三）年頃、都市生活者であるサラリーマンの誕生によって成立し、一九七五（昭和五〇）年に専業主婦率のピークを迎えている。世界に類を見ない長寿社会を支えた日本型食生活を作り出したのも、明治以来の専業主婦が食卓を豊かにすることに費やした情熱のおかげであろう。その後、核家族化、少子化、高齢化が進み、家族の人数も減少し、専業主婦も減少してきた。

明治・大正、昭和初期にかけて、水道やガス、電気が、専業主婦の家事を軽減したように、一九五五（昭和三〇）年頃から三種の神器と

いわれた電気洗濯機、冷蔵庫、白黒テレビが、家事や家庭生活の生活を大きく変えた。そして、専業主婦率がピークを迎えた一九七〇（昭和四五）年～七五（昭和五〇）年には、ファミリーレストランやコンビニエンスストアが日本に上陸し、やがて日本の食の環境を大きく変化させた。そして、二四時間営業も当たり前になり、いつでも誰でも好きなときに食べ物を手に入れることが可能になった。高度経済成長とともに女性の社会進出や核家族化も進み、食の外部化がどんどん進んできた。これを可能にしたのは世界中から輸入されたふんだんな食材や食品、エネルギーであった。食料という形で、日本の面積の何倍もの耕作地やバ

三種の神器
昭和30年頃の流行語

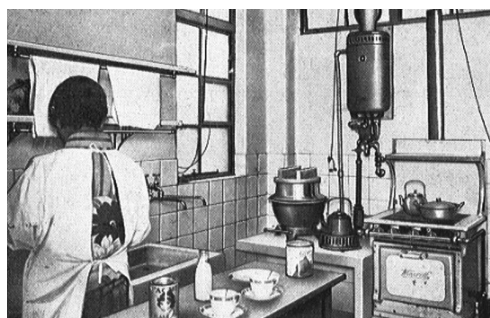


白黒テレビ(昭和27)

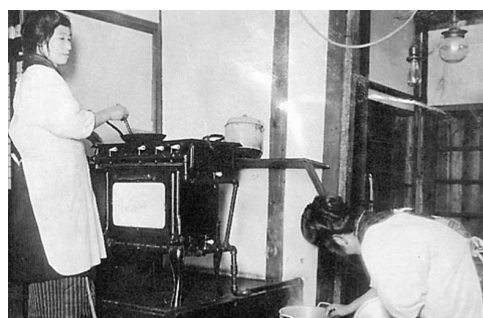


電気冷蔵庫(左、昭和28)
電気洗濯機(右、昭和29)

松下電器歴史館展示
いずれも松下電器の第一号機



昭和初期のカatalogに出てくるモダンな台所



大正初期のハイカラな台所(1915年)



昭和35年頃のカatalogに出ている台所



昭和初期の瓦斯(ガス)料理講習室の講習風景(1933年)

ーチャルウォーターで日本の食生活が成り立つようになり、日本の食料自給率はカロリーベースで三九%という低水準になった。

好きなときに好きなものを手に入れられるような食の外部化の進展は、例えば、日本に輸出するためのエビの養殖や木炭生産によって東南アジアのマングローブが破壊されたように、輸出国の環境に甚大な負荷をかけてきた。また日本国内の環境負荷も増大させてきた。例えば、ゴミの発生量は、一九〇五（明治三八）年には、統計の残る京都市で一人当たり約一〇〇gであったが、第二次世界大戦後の三七・五gを経て、一九六五（昭和四〇）年頃から増加し、一九九五年頃には、一人一日一五〇gにまで達している。現在は資源リサイクルなどにより少し減っているとはいえ、日本全体で毎日一人一日一〇〇g以上のゴミを出し続けているのだ。

その内わけでは、トレイや紙袋など使い捨てタイプの包装材が容積比で六〇%以上を占

めている。また、台所ゴミの三五%は食べ残しで、野菜や加工食品、調理食品などまったく手付かずの食品が一部以上含まれるという。

二〇二〇年の食生活”あるべき姿像“

二一世紀を迎え、世界の食料事情は、穀物輸出国の旱魃、人口増加、発展途上国の食生活の変化、バイオ燃料との競合、投機マネーの流入による価格高騰と急速に悪化し、食料価格の高騰が最貧国の飢餓をいっそうひどい状況にしている。食料の多くを輸入に頼りながら、多くの食料を廃棄し、飽食を続けてきた日本の食生活の見直しが迫られている。

このような状況の中で、二〇二〇年の食生活の”あるべき姿像“として、環境にやさしい食生活を実践したいという意向は、現

在以上に強い。それは今後、購買を通じた消費者行動として社会へ影響を与え、社会を変えていく力となっていくことになるだろう。

しかし、二割以上高くても環境にやさしい商品を購入するという一方で、食費は減らしたいという意向もまた強い。今後の食料やエネルギーのいっそうの高騰によっては、消費者の環境マインドや行動にブレーキがかかり、生活者のニーズとして存在する二〇二〇年のあるべき姿像から実態がかけ離れたものになってしまうという懸念も大いにある。

生活者は、自身の生活において食料やエネルギーと地球温暖化という難しい局面を、今まさに迎えようとしている。個々人の意向や判断が社会のあるべき姿に大きくかわってくることになる。ようやく育ってきた生活者の環境マインドや行動を、さらに醸成し発展させていくことが、緊急の課題である。

（大阪ガス株）エネルギー・文化研究所副主任研究員）

CEL